

(19) 日本国特許庁 (J P)

(12) 公開特許公報 (A)

(11) 特許出願公開番号

特開2002-149687

(P2002-149687A)

(43) 公開日 平成14年5月24日 (2002.5.24)

(51) Int. Cl. ⁷	識別記号	F I	テ-マ-コード (参考)
G 0 6 F 17/30	3 4 0	G 0 6 F 17/30	3 4 0 A 5 B 0 4 9
	1 1 0		1 1 0 F 5 B 0 7 5
	1 7 0		1 7 0 Z
	4 1 9		4 1 9 B
13/00	5 4 0	13/00	5 4 0 P
審査請求 未請求 請求項の数38 O L (全 22 頁) 最終頁に続く			

(21) 出願番号 特願2000-343087 (P2000-343087)

(22) 出願日 平成12年11月10日 (2000.11.10)

(71) 出願人 500519909

株式会社ネーブル

栃木県宇都宮市桜1丁目1番21号

(72) 発明者 大平 浩一

神奈川県平塚市万田841番9号

(72) 発明者 小松島 英之

栃木県宇都宮市東原町8番25号

(74) 代理人 100087859

弁理士 渡辺 秀治 (外1名)

Fターム (参考) 5B049 AA02 AA06 BB49 CC36 FF01

CG00

5B075 ND20 ND36 PP03 PP13 PQ02

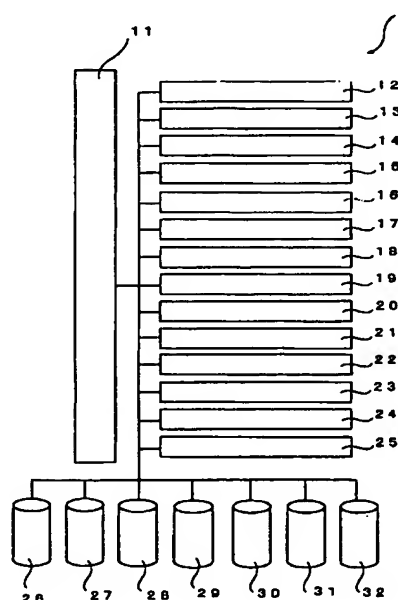
PQ32

(54) 【発明の名称】 広告表示処理システム、広告表示処理装置および広告表示処理方法

(57) 【要約】

【課題】 個々のユーザのニーズに合致した広告をホームページに表示すること。また、ユーザに対して、ホームページ上の広告を見る動機付けを与えること。

【解決手段】 ホームページを閲覧するユーザを特定する情報を受け付けて、ユーザを登録するユーザ登録手段14と、ユーザへの広告の掲載を希望する広告掲載主から広告用のデータを受け付ける広告受付手段15と、ユーザに対して、広告用のデータをそのユーザ用の属性広告として選出する属性広告選出手段16と、その選出した属性広告を、広告掲載主が管理する掲載主ホームページにリンクするリンク広告用データとしてホームページに表示する属性広告表示手段17とを備える広告表示処理装置1とすること。



【特許請求の範囲】

【請求項 1】 ユーザが閲覧するホームページに表示する
広告用のデータを保存するサーバと、
上記ユーザが上記ホームページを見るためのクライア
ント端末と、
上記サーバ、上記ホームページを格納した格納手段およ
び上記クライアント端末との間を相互に結ぶ通信回線
と、を備え、

上記サーバは、上記ユーザを特定する情報に基づいて、
上記ユーザに対して上記広告用のデータをそのユーザ用
の属性広告として選出し、その属性広告を、上記ユーザ
への広告の掲載を希望する広告掲載主が管理する掲載主
ホームページにリンクするリンク広告用データとして、
上記ホームページに表示することを特徴とする広告表示
処理システム。

【請求項 2】 前記サーバが、前記格納手段を兼ねるよう
にしたことを特徴とする請求項 1 記載の広告表示処理シ
ステム。

【請求項 3】 前記ユーザの属性を示す属性情報を受け付
けて、そのユーザを登録すると共に、前記広告掲載主か
ら前記広告用のデータを受け付けて、上記属性情報に基
づいて、前記ユーザの属性に合った前記広告用のデータ
を前記属性広告として選出することを特徴とする請求項
1 または 2 記載の広告表示処理システム。

【請求項 4】 前記サーバは、複数の前記属性広告の中で
前記ユーザが所定期間に見たホームページの内容に基
づいて前記属性広告を絞り込み、その絞り込んだ前記属性
広告を、前記リンク広告用データとして前記ホームペ
ージに表示することを特徴とする請求項 1 から 3 のい
ずれか 1 項記載の広告表示処理システム。

【請求項 5】 前記サーバは、前記ユーザが前記リンク
広告用データを所定回数選択する操作をしたこと、ある
いは前記ユーザが前記リンク広告用データを表示する前
記ホームページを所定時間見たことを検出した情報を入
手すると、前記ユーザの属性に合った別の前記リンク
広告用データを前記ホームページに表示することを特徴
とする請求項 1 から 4 のいずれか 1 項記載の広告表示
処理システム。

【請求項 6】 前記サーバは、前記ユーザから所定の
属性広告を見たくない旨の通知を受け付けると、その
所定の前記属性広告を消す消去処理を行うことを特徴
とする請求項 1 から 5 のいずれか 1 項記載の広告表示
処理システム。

【請求項 7】 前記サーバは、前記ユーザが入力した
前記属性情報の量あるいは前記属性情報の性質に基づ
いて、前記広告掲載主あるいは前記サーバの管理者か
らの商品またはサービスを、前記ユーザに提供すること
を決定することを特徴とする請求項 1 から 6 のい
ずれか 1 項記載の広告表示処理システム。

【請求項 8】 ユーザが閲覧するホームページに表示する

広告用のデータを保存するサーバと、

上記ユーザが上記ホームページを見るためのクライ
アント端末と、

上記サーバ、上記ホームページを格納した格納手段およ
び上記クライアント端末とを相互に結ぶ通信回線と、を
備え、

上記サーバは、上記ユーザを特定する情報に基づいて、
上記ユーザに対して上記広告用のデータをそのユーザ用
のリンク広告用データとして選出し、上記ユーザへの
10 広告の掲載を希望する広告掲載主が管理する掲載主
ホームページにリンクする上記リンク広告用データを
上記ユーザが選択操作した回数の情報、あるいは上記
リンク広告用データを表示する上記ホームページを上
記ユーザが見ている時間の情報を入手し、その情報に
基づいて、上記ユーザに対してお金を支払うキャッシ
ュバック処理を行うことを特徴とする広告表示処理
システム。

【請求項 9】 前記サーバは、前記キャッシュバック
処理において、前記ホームページの管理者にもキャッシ
ュバックを行うことを特徴とする請求項 8 記載の
20 広告表示処理システム。

【請求項 10】 前記広告用のデータは、前記ユーザの
属性情報に基づいて選出した属性広告を含むことを特
徴とする請求項 8 または 9 記載の広告表示処理シ
ステム。

【請求項 11】 前記サーバは、前記ホームページの
トップページから、ディレクトリの構成上において下
位の階層のページに移行するほど、前記キャッシュバ
ックの額を高く設定することを特徴とする請求項 8
30 から 10 のいずれか 1 項記載の広告表示処理シ
ステム。

【請求項 12】 前記サーバは、前記ユーザが入力
した前記属性情報の量あるいは前記属性情報の性質に
基づいて、前記キャッシュバックの額を設定すること
を特徴とする請求項 10 または 11 記載の広告表示
40 処理システム。

【請求項 13】 前記リンク広告用データは、前記
ユーザにキャッシュバックをする広告用データか否か
を区別する表示、あるいはキャッシュバックの条件を
示す表示を伴うことを特徴とする請求項 8 から 12
50 のいずれか 1 項記載の広告表示処理システム。

【請求項 14】 ホームページを閲覧するユーザを
特定する情報を受け付けて、上記ユーザを登録する
ユーザ登録手段と、

上記ユーザへの広告の掲載を希望する広告掲載主
から広告用のデータを受け付ける広告受付手段と、

上記ユーザに対して、上記広告用のデータをその
ユーザ用の属性広告として選出する属性広告選出手
段と、その選出した上記属性広告を、上記広告掲載主
が管理する掲載主ホームページにリンクするリンク
広告用データとして上記ホームページに表示する属性
50 広告表示手段と、を備えることを特徴とする
広告表示処理装置。

【請求項 15】 前記ホームページを格納する格納
手段

を、さらに備えることを特徴とする請求項14記載の広告表示処理装置。

【請求項16】前記ユーザ登録手段は、前記ユーザの属性を示す属性情報を受け付けて、そのユーザを登録し、前記属性広告選出手段は、上記属性情報に基づいて、前記ユーザの属性に合った前記広告用のデータを前記属性広告として選出することを特徴とする請求項14または15記載の広告表示処理装置。

【請求項17】複数の前記属性広告の中で前記ユーザが所定期間にどのようなホームページを見たかを記録する閲覧実績記録手段をさらに備え、前記属性広告選出手段は、上記閲覧実績記録手段の記録結果に基づいて前記属性広告を絞り込み、前記属性広告表示手段は、その絞り込んだ前記属性広告を、前記リンク広告用データとして前記ホームページに表示することを特徴とする請求項14から16のいずれか1項記載の広告表示処理装置。

【請求項18】前記ユーザが前記リンク広告用データを所定回数選択する操作をしたこと、あるいは前記ユーザが前記リンク広告用データを表示する前記ホームページを所定時間見たことを検出する広告注目度検出手段をさらに備え、前記属性広告選出手段は、上記広告注目度検出手段の検出結果に基づいて、そのユーザの属性にあった別の前記属性広告を選出し、前記属性広告表示手段は、その選出した前記属性広告を、前記リンク広告用データとして前記ホームページに表示することを特徴とする請求項14から17のいずれか1項記載の広告表示処理装置。

【請求項19】前記ユーザから所定の前記属性広告を見たくない旨の通知を受け付ける非表示意志受付手段をさらに備え、前記属性広告表示手段は、上記非表示意志受付手段からの通知に基づいて、その所定の前記属性広告を消す消去処理を行うことを特徴とする請求項14から18のいずれか1項記載の広告表示処理装置。

【請求項20】前記ユーザが入力した前記属性情報の量あるいは前記属性情報の性質に基づいて、前記広告掲載主あるいは前記サーバの管理者からの商品またはサービスを、前記ユーザに提供することを決定するサービス提供決定手段を、さらに備えることを特徴とする請求項14から19のいずれか1項記載の広告表示処理装置。

【請求項21】ホームページ上の広告を見たユーザに対してお金を支払う方法を含めた情報と共に、上記ユーザを登録するユーザ登録手段と、上記ユーザへの広告の掲載を希望する広告掲載主から広告用のデータを受け付ける広告受付手段と、上記ユーザに対して上記広告用のデータをそのユーザ用のリンク広告用データとして、上記広告掲載主が管理す

る掲載主ホームページ以外のホームページに表示する広告表示手段と、

上記ユーザが上記リンク広告用データを選択操作した回数の情報、あるいは上記ユーザが上記リンク広告用データを表示する上記ホームページを見ている時間の情報を検出する広告注目度検出手段と、

上記広告注目度検出手段の検出結果に基づいて、登録されている支払方法によって上記ユーザに対してお金を支払うキャッシュバック処理を行うキャッシュバック処理手段と、を備えることを特徴とする広告表示処理装置。

【請求項22】前記キャッシュバック処理手段は、前記ユーザに加えて、前記ホームページの管理者にもキャッシュバックを行うことを特徴とする請求項21記載の広告表示処理装置。

【請求項23】前記広告用のデータは、前記ユーザの属性情報に基づいて選出した属性広告を含むことを特徴とする請求項21または22記載の広告表示処理装置。

【請求項24】前記ホームページのトップページから、ディレクトリの構成上において下位の階層のページに移行するほど、前記キャッシュバックの額を高く設定する第1キャッシュバック設定手段を、さらに備えることを特徴とする請求項21から23のいずれか1項記載の広告表示処理装置。

【請求項25】前記ユーザが入力した前記属性情報の量あるいは前記属性情報の性質に基づいて、前記キャッシュバックの額を設定する第2キャッシュバック設定手段を、さらに備えることを特徴とする請求項23または24記載の広告表示処理装置。

【請求項26】前記リンク広告用データは、前記ユーザにキャッシュバックをする広告用のデータか否かを区別する表示、あるいはキャッシュバックの条件を示す表示を伴うことを特徴とする請求項21から25のいずれか1項記載の広告表示処理装置。

【請求項27】ホームページを閲覧するユーザを特定する情報を受け付けて、上記ユーザを登録するユーザ登録ステップと、

上記ユーザへの広告の掲載を希望する広告掲載主から広告用のデータを受け付ける広告受付ステップと、上記ユーザに対して、上記広告用のデータをそのユーザ用の属性広告として選出する属性広告選出ステップと、その選出した上記属性広告を、上記広告掲載主が管理する掲載主ホームページにリンクするリンク広告用データとして上記ホームページに表示する属性広告表示ステップと、を含むことを特徴とする広告表示処理方法。

【請求項28】前記ユーザ登録ステップは、前記ユーザの属性を示す属性情報を受け付けて、そのユーザを登録し、前記属性広告選出ステップは、上記属性情報に基づいて、前記ユーザの属性に合った前記広告用のデータを前記属性広告として選出することを特徴とする請求項27

記載の広告表示処理方法。

【請求項29】複数の前記属性広告の中で前記ユーザがどのようなホームページを見たかを示す閲覧実績が所定値に達したか否かを判別する閲覧実績判別ステップをさらに含み、

前記属性広告選出ステップは、上記閲覧実績判別ステップでの判別結果に基づいて前記属性広告を絞り込み、

前記属性広告表示ステップは、その絞り込んだ前記属性広告を、前記リンク広告用データとして前記ホームページに表示することを特徴とする請求項27または28記載の広告表示処理方法。

【請求項30】前記ユーザが前記リンク広告用データを所定回数選択する操作をしたこと、あるいは前記ユーザが前記リンク広告用データを表示する前記ホームページを所定時間見たことを検出する広告注目度検出ステップをさらに含み、

前記属性広告選出ステップは、上記広告注目度検出ステップでの検出結果に基づいて、そのユーザの属性にあった別の前記属性広告を選出し、

前記属性広告表示ステップは、その選出した前記属性広告を、前記リンク広告用データとして前記ホームページに表示することを特徴とする請求項27から29のいずれか1項記載の広告表示処理方法。

【請求項31】前記ユーザから所定の前記属性広告を見たくない旨の通知を受け付けて、その通知の有無を判別する非表示意志判別ステップをさらに含み、

前記属性広告表示ステップは、上記非表示意志判別ステップの処理に基づいて、その所定の前記属性広告を消す消去処理を行うことを特徴とする請求項27から30のいずれか1項記載の広告表示処理方法。

【請求項32】前記ユーザが入力した前記属性情報の量あるいは前記属性情報の性質に基づいて、前記広告掲載主あるいは前記サーバの管理者からの商品またはサービスを、前記ユーザに提供することを決定するサービス提供決定ステップを、さらに含むことを特徴とする請求項27から31のいずれか1項記載の広告表示処理方法。

【請求項33】ホームページ上の広告を見たユーザに対してお金を支払う方法を含めた情報と共に、上記ユーザを登録するユーザ登録ステップと、

上記ユーザへの広告の掲載を希望する広告掲載主から広告用のデータを受け付ける広告受付ステップと、

上記ユーザに対して上記広告用のデータをそのユーザ用のリンク広告用データとして、上記広告掲載主が管理する掲載主ホームページ以外のホームページに表示する広告表示ステップと、

上記ユーザが上記リンク広告用データを選択操作した回数の情報、あるいは上記ユーザが上記リンク広告用データを表示する上記ホームページを見ている時間の情報を検出する広告注目度検出ステップと、

上記広告注目度検出ステップでの検出結果に基づいて、

登録されている支払方法によって上記ユーザに対してお金を支払うキャッシュバック処理を行うキャッシュバック処理ステップと、を含むことを特徴とする広告表示処理方法。

【請求項34】前記キャッシュバック処理ステップは、前記ユーザに加えて、前記ホームページの管理者にもキャッシュバックを行うことを特徴とする請求項33記載の広告表示処理方法。

【請求項35】前記広告用のデータは、前記ユーザの属性情報に基づいて選出した属性広告を含むことを特徴とする請求項33または34記載の広告表示処理方法。

【請求項36】前記ホームページのトップページから、ディレクトリの構成上において下位の階層のページに移行するほど、前記キャッシュバックの額を高く設定する第1キャッシュバック設定ステップを、さらに含むことを特徴とする請求項33から35のいずれか1項記載の広告表示処理方法。

【請求項37】前記ユーザが入力した前記属性情報の量あるいは前記属性情報の性質に基づいて、前記キャッシュバックの額を設定する第2キャッシュバック設定ステップを、さらに含むことを特徴とする請求項35または36記載の広告表示処理方法。

【請求項38】前記リンク広告用データは、前記ユーザにキャッシュバックをする広告用のデータか否かを区別する表示、あるいはキャッシュバックの条件を示す表示を伴うことを特徴とする請求項33から37のいずれか1項記載の広告表示処理方法。

【発明の詳細な説明】

【0001】

【発明の属する技術分野】本発明は、ホームページに広告を表示する処理を行う広告表示処理システム、広告表示処理装置および広告表示処理方法に関する。

【0002】

【従来の技術】近年のインターネットの急速な普及により、広告用のバナー広告を貼り付けたホームページが増えてきている。バナー広告の多くは、広告掲載主のホームページにジャンプするハイパーリンク機能を有している。このため、バナー広告は、クリックしたユーザを広告掲載主のホームページに呼び込み、商品やサービスを宣伝するための有効な手段となっている。

【0003】ただし、単に、バナー広告を他人のホームページに貼り付けても、ユーザがクリックしてくれる回数は、それほど多くない。かかる問題に鑑みて、ユーザを広告情報に引き込む工夫をした発明として、特開平11-95694号公報に開示される発明（以下、第1の従来発明という）が知られている。

【0004】第1の従来発明は、そのホームページが提供する主サービス情報と広告情報とを表示しておき、広告情報の表示をクリックすると、主サービス情報の詳細と広告情報の詳細の両方が表示されるようにしている。

この結果、ユーザは、主サービスの詳細情報を知りたいれば、広告情報を選択せざるを得ないことになる。したがって、単にバナー広告を貼り付けておくよりも、広告効果を高めることができる。

【0005】一方、最近、バナー広告のクリック回数あるいはバナー広告を掲載したページの閲覧回数に応じて、広告料金を変動させる装置も運用されている。この装置によれば、バナー広告が貼り付けられたホームページを管理する管理者は、一定期間内にそのバナー広告がクリックされた回数等を調べて、この結果を広告掲載主

10

に報告すると共に、その回数に応じた広告料金を受け取っている。

【0006】しかし、この装置には、大きな問題がある。それは、ホームページの管理者が、不正にクリック回数を増やして、あたかもユーザがクリックをしたかのように報告するという問題である。このような問題を解決する発明として、特開2000-215136号公報に開示される発明（以下、第2の従来発明という）が知られている。

【0007】第2の従来発明は、バナー広告をクリックした回数あるいはバナー広告を掲載したページの閲覧回数を、直接かつリアルタイムに広告掲載主に知らせるようにしている。このため、ホームページの管理者が広告掲載主にクリック回数を報告する手間が不要になると共に、ホームページ管理者の不正な操作が介在できなくなる。

20

【0008】

【発明が解決しようとする課題】しかし、上述の第1の従来発明および第2の従来発明は、解決すべき問題を有している。第1の従来発明では、ユーザに対してバナー広告あるいは文字広告をクリックさせる動機付けを持たせても、一人一人のユーザにマッチした情報を提供することはできない。したがって、ユーザの立場からみると、自分が欲しい情報を得ることができない。また、広告掲載主の立場からみても、個々のユーザにとって的確な広告情報を提供できず、広告効果が上がらないという問題がある。

30

【0009】また、第2の従来発明では、ホームページの管理者の不正を防止し、広告掲載主に対して真のクリック数を、しかもリアルタイムで把握可能にしているが、広告料金は、ホームページ管理者に支払われるだけである。このため、ホームページを見るユーザにとって、バナー広告をいくらクリックしても何のメリットもない。特に、インターネットの使用頻度が高いユーザは、通信費を多く支払う必要がある。このため、ユーザは、時間と通信費をかけてまで、バナー広告をクリックしない。

【0010】また、企業の紹介を目的とするサイトにリンクするバナー広告は、ユーザが何度も訪れることに意味がある。しかし、上述のように、ユーザにバナー広告

50

をクリックさせる動機付けがないので、ユーザは1度か2度のクリックしか行わない。企業の紹介のためには、何度も訪れる必要がないからである。このため、企業の認知度を高めんとする広告の効果は上がらない。

【0011】本発明は、以上のような問題に鑑みてなされたものであり、個々のユーザのニーズに合致した広告を表示可能な広告表示処理装置、広告表示処理装置および広告表示処理方法を提供することを目的とする。また、別の本発明は、ユーザに広告を見る動機付けを与える広告表示処理システム、広告表示処理装置および広告表示処理方法を提供することを目的とする。

【0012】

【課題を解決するための手段】上記目的を達成すべく、本発明は、ユーザが閲覧するホームページに表示する広告用のデータを保存するサーバと、ユーザがホームページを見るためのクライアント端末と、サーバ、ホームページを格納した格納手段およびクライアント端末との間を相互に結ぶ通信回線を備え、サーバは、ユーザを特定する情報に基づいて、ユーザに対して広告用のデータをそのユーザ用の属性広告として選出し、その属性広告を、ユーザへの広告の掲載を希望する広告掲載主が管理する掲載主ホームページにリンクするリンク広告用データとして、ホームページに表示する広告表示処理システムとしている。このため、登録されたユーザは、自分に合致した広告情報を入手できる。例えば、東京在住の30代の男性ユーザは、そのユーザ特定情報に合致した広告を見ることになる。逆に言えば、東京在住の30代の男性ユーザが、地方の広告、女性用の広告あるいは10代や40代のユーザが見たがるような広告を見ずに済む。このように、ユーザが見るホームページ上には、個々のユーザの特性にマッチした広告が掲載されるので、ユーザにとって自分の望む情報を入手できると同時に、広告掲載主にとって高い広告効果を期待できる。

【0013】また、別の本発明は、サーバが格納手段を兼ねる広告表示処理システムとしている。このため、サーバ内で、リンク広告用データをホームページに貼り付ける作業が行われることになる。したがって、ホームページを格納した格納手段から出力されたホームページのデータと、リンク広告用データとを、クライアント端末内でジョイントする必要はない。

40

【0014】また、別の本発明は、ユーザの属性を示す属性情報を受け付けて、そのユーザを登録すると共に、広告掲載主から広告用のデータを受け付けて、属性情報に基づいてユーザの属性に合った広告用のデータを属性広告として選出する広告表示処理システムとしている。このため、属性情報をも入力して登録したユーザは、自分の好みに合致した広告情報を入手できる。例えば、スキーを趣味に持つユーザには、スキー用具メーカーやスキー場の広告が、そのユーザが見ているホームページに掲載される。家庭用のゲームを趣味に持つ別のユーザは、

前のユーザと同じホームページを見ている、ゲームソフトのメーカーやゲーム機器のメーカーの広告を見ることになる。このように、個々のユーザのニーズにマッチした広告が掲載されるので、ユーザにとって自分の望む情報を入手できると同時に、広告掲載主にとって高い広告効果を期待できる。

【0015】また、別の本発明は、サーバは、複数の属性広告の中でユーザが所定期間に見たホームページの内容に基づいて属性広告を絞り込み、その絞り込んだ属性広告を、リンク広告用データとしてホームページに表示する広告表示処理システムとしている。このため、ユーザが予め入力した自己の属性情報の他に、実際にネットサーフィンにより閲覧したホームページの種類やその数が考慮されて、最初の時期と異なる種類の広告が掲載されるようになる。したがって、ユーザが長期間同じ広告ばかり見てあきる危険性が低減する。

【0016】また、別の本発明は、サーバは、ユーザがリンク広告用データを所定回数選択する操作をしたこと、あるいはユーザがリンク広告用データを表示するホームページを所定時間見たことを検出した情報を入手すると、ユーザの属性に合った別のリンク広告用データをホームページに表示する広告表示処理システムとしている。このため、ユーザが予め入力した自己の属性情報の他に、実際にユーザがクリックした情報に基づいて、最初の時期と異なる種類の広告が掲載されるようになる。したがって、ユーザが長期間同じ広告ばかり見てあきる危険性が低減する。

【0017】また、別の本発明は、サーバは、ユーザから所定の前記属性広告を見たくない旨の通知を受け付けると、その所定の属性広告を消す消去処理を行う広告表示処理システムとしている。このため、ユーザは、自分の興味のある広告のみを表示させることができる。

【0018】また、別の本発明は、サーバは、ユーザが入力した属性情報の量あるいは属性情報の性質に基づいて、広告掲載主あるいはサーバの管理者からの商品またはサービスを、ユーザに提供することを決定する広告表示処理システムとしている。このため、ユーザに自分の属性情報を入力させる動機付けを持たせることができる。したがって、より詳細な属性情報に基づいた的確な広告が表示できる。

【0019】また、別の本発明は、ユーザが閲覧するホームページに表示する広告用のデータを保存するサーバと、ユーザがホームページを見るためのクライアント端末と、サーバ、ホームページを格納した格納手段およびクライアント端末とを相互に結ぶ通信回線とを備え、サーバは、ユーザを特定する情報に基づいて、ユーザに対して広告用のデータをそのユーザ用のリンク広告用データとして選出し、ユーザへの広告の掲載を希望する広告掲載主が管理する掲載主ホームページにリンクするリンク広告用データをユーザが選択操作した回数の情報、あ

るいはリンク広告用データを表示するホームページをユーザが見ている時間の情報を入手し、その情報に基づいて、ユーザに対してお金を支払うキャッシュバック処理を行う広告表示処理システムとしている。このため、ユーザが広告を見る動機付けが生まれ、ユーザは、時間と通信費を要してでも、バナー広告をクリックしたくなる。この結果、ユーザが広告情報を見る機会が増える。特に、製品やサービスよりも企業イメージをアピールすることを目的とするサイトの場合には、ユーザが何度も訪れるので、企業イメージがユーザに定着しやすくなる。

【0020】また、別の本発明は、サーバは、キャッシュバック処理において、ホームページの管理者にもキャッシュバックを行う広告表示処理システムとしている。このため、バナー広告を貼り付けたいと考えるホームページ管理者を増やすことができる。

【0021】また、別の本発明は、広告用のデータは、ユーザの属性情報に基づいて選出した属性広告を含む広告表示処理システムとしている。このため、ユーザは、単にキャッシュバックのみを目的にバナー広告をクリックするのではなく、自分の好みに合ったバナー広告をクリックすることになる。したがって、バナー広告のクリック数の増加、それに伴う広告情報の閲覧数の増加が期待でき、広告効果をさらに高めることができる。

【0022】また、別の本発明は、サーバは、ホームページのトップページから、ディレクトリの構成上において下位の階層のページに移行するほど、キャッシュバックの額を高く設定する広告表示処理システムとしている。ホームページのトップページより下位の階層にあるページにジャンプすることは、トップページのみをサーフィンすることに比べると手間を要する。このため、奥のサイトほどキャッシュバックを高めに設定して、奥のサイトまでユーザを誘起するようにしている。これは、ホームページの管理者にとって有意義であるため、ホームページ管理者の増加を期待できる。

【0023】また、別の本発明は、サーバは、ユーザが入力した属性情報の量あるいは属性情報の性質に基づいて、キャッシュバックの額を設定する広告表示処理システムとしている。このため、ユーザは、自分の属性を入力する動機付けを持つことになる。ユーザは、どこで自分の情報が漏洩するかわからないため、自分の詳細な情報は入力したくない。そこで、自分の属性情報をたくさん入力したり、マーケティングにとって重要な属性情報を入力するほどキャッシュバックを高くすれば、量的にも質的にも充実した属性情報が得られる。これは、広告掲載主の立場からみると、個々のユーザによりマッチした広告を表示することができる点で、大きなメリットとなる。

【0024】また、別の本発明は、リンク広告用データは、ユーザにキャッシュバックをする広告用データか否

10

20

30

40

50

かを区別する表示、あるいはキャッシュバックの条件を示す表示を伴う広告表示処理システムとしている。このため、ユーザは、バナー広告をクリックするに先立ち、属性広告か否か、クリックするといくらキャッシュバックされるかを知ることができる。したがって、ユーザは、クリックする広告を選択できる。

【0025】また、別の本発明は、ホームページを閲覧するユーザを特定する情報を受け付けて、ユーザを登録するユーザ登録手段と、ユーザへの広告の掲載を希望する広告掲載主から広告用のデータを受け付ける広告受付手段と、ユーザに対して、広告用のデータをそのユーザ用の属性広告として選出する属性広告選出手段と、その選出した属性広告を、広告掲載主が管理する掲載主ホームページにリンクするリンク広告用データとしてホームページに表示する属性広告表示手段とを備える広告表示処理装置としている。

【0026】このため、登録されたユーザは、自分に合致した広告情報を入手できる。例えば、東京在住の30代の男性ユーザは、そのユーザ特定情報に合致した広告を見ることになる。逆に言えば、東京在住の30代の男性ユーザが、地方の広告、女性用の広告あるいは10代や40代のユーザが見たがるような広告を見ずに済む。このように、ユーザが見るホームページ上には、個々のユーザの特性にマッチした広告が掲載されるので、ユーザにとって自分の望む情報を入手できると同時に、広告掲載主にとって高い広告効果を期待できる。

【0027】また、別の本発明は、ホームページを格納する格納手段をさらに備える広告表示処理装置としている。このため、広告表示処理装置内で、リンク広告用データをホームページに貼り付ける作業が行われることになる。したがって、ホームページを格納した格納手段から出力されたホームページのデータと、リンク広告用データとを、クライアント端末内でジョイントする必要はない。

【0028】また、別の本発明は、ユーザ登録手段は、ユーザの属性を示す属性情報を受け付けて、そのユーザを登録し、属性広告選出手段は、属性情報に基づいて、ユーザの属性に合った広告用のデータを属性広告として選出する広告表示処理装置としている。このため、属性情報をも入力して登録したユーザは、自分の好みに合致した広告情報を入手できる。例えば、スキーを趣味に持つユーザには、スキー用具メーカーやスキー場の広告が、そのユーザが見ているホームページに掲載される。家庭用のゲームを趣味に持つ別のユーザは、前のユーザと同じホームページを見ていても、ゲームソフトのメーカーやゲーム機器のメーカーの広告を見ることになる。このように、個々のユーザのニーズにマッチした広告が掲載されるので、ユーザにとって自分の望む情報を入手できると同時に、広告掲載主にとって高い広告効果を期待できる。

【0029】また、別の本発明は、複数の属性広告の中でユーザが所定期間にどのようなホームページを見たかを記録する閲覧実績記録手段をさらに備え、属性広告選出手段は、閲覧実績記録手段の記録結果に基づいて属性広告を絞り込み、属性広告表示手段は、その絞り込んだ属性広告を、リンク広告用データとしてホームページに表示する広告表示処理装置としている。このため、ユーザが予め入力した自己の属性情報の他に、実際にネットサーフィンにより閲覧したホームページの種類やその数が考慮されて、最初の時期と異なる種類の広告が掲載されるようになる。したがって、ユーザが長期間同じ広告ばかり見てあきる危険性が低減する。

【0030】また、別の本発明は、ユーザがリンク広告用データを所定回数選択する操作をしたこと、あるいはユーザがリンク広告用データを表示するホームページを所定時間見たことを検出する広告注目度検出手段をさらに備え、属性広告選出手段は、広告注目度検出手段の検出結果に基づいて、そのユーザの属性にあった別の属性広告を選出し、属性広告表示手段は、その選出した属性広告を、リンク広告用データとしてホームページに表示する広告表示処理装置としている。このため、ユーザが予め入力した自己の属性情報の他に、実際にユーザがクリックした情報に基づいて、最初の時期と異なる種類の広告が掲載されるようになる。したがって、ユーザが長期間同じ広告ばかり見てあきる危険性が低減する。

【0031】また、別の本発明は、ユーザから所定の属性広告を見たくない旨の通知を受け付ける非表示意志受付手段をさらに備え、属性広告表示手段は、非表示意志受付手段からの通知に基づいて、その所定の属性広告を消す消去処理を行う広告表示処理装置としている。このため、ユーザは、自分の興味のある広告のみを表示させることができる。

【0032】また、別の本発明は、ユーザが入力した属性情報の量あるいは属性情報の性質に基づいて、広告掲載主あるいはサーバの管理者からの商品またはサービスを、ユーザに提供することを決定するサービス提供決定手段を、さらに備える広告表示処理装置としている。このため、ユーザに自分の属性情報を入力させる動機付けを持たせることができる。したがって、より詳細な属性情報に基づいた的確な広告が表示できる。

【0033】また、別の本発明は、ホームページ上の広告を見たユーザに対してお金を支払う方法を含めた情報と共に、ユーザを登録するユーザ登録手段と、ユーザへの広告の掲載を希望する広告掲載主から広告用のデータを受け付ける広告受付手段と、ユーザに対して広告用のデータをそのユーザ用のリンク広告用データとして、広告掲載主が管理する掲載主ホームページ以外のホームページに表示する広告表示手段と、ユーザがリンク広告用データを選択操作した回数の情報、あるいはユーザがリンク広告用データを表示するホームページを見ている時

間の情報を検出する広告注目度検出手段と、広告注目度検出手段の検出結果に基づいて、登録されている支払方法によってユーザに対してお金を支払うキャッシュバック処理を行うキャッシュバック処理手段とを備える広告表示処理装置としている。このため、ユーザが広告を見る動機付けが生まれ、ユーザは、時間と通信費を要してでも、バナー広告をクリックしたくなる。この結果、ユーザが広告情報を見る機会が増える。特に、製品やサービスよりも企業イメージをアピールすることを目的とするサイトの場合には、ユーザが何度も訪れるので、企業イメージがユーザに定着しやすくなる。

【0034】また、別の本発明は、キャッシュバック処理手段は、ユーザに加えて、ホームページの管理者にもキャッシュバックを行う広告表示処理装置としている。このため、バナー広告を貼り付けたいと考えるホームページ管理者を増やすことができる。

【0035】また、別の本発明は、広告用のデータは、ユーザの属性情報に基づいて選出した属性広告を含む広告表示処理装置としている。このため、ユーザは、単にキャッシュバックのみを目的にバナー広告をクリックするのではなく、自分の好みに合ったバナー広告をクリックすることになる。したがって、バナー広告のクリック数の増加、それに伴う広告情報の閲覧数の増加が期待でき、広告効果をさらに高めることができる。

【0036】また、別の本発明は、ホームページのトップページから、ディレクトリの構成上において下位の階層のページに移行するほど、キャッシュバックの額を高く設定する第1キャッシュバック設定手段を、さらに備える広告表示処理装置としている。ホームページのトップページより下位の階層にあるページにジャンプすることは、トップページのみをサーフィンすることに比べると手間を要する。このため、奥のサイトほどキャッシュバックを高め設定して、奥のサイトまでユーザを誘起するようにしている。これは、ホームページの管理者にとって有意義であるため、ホームページ管理者の増加を期待できる。

【0037】また、別の本発明は、ユーザが入力した属性情報の量あるいは属性情報の性質に基づいて、キャッシュバックの額を設定する第2キャッシュバック設定手段を、さらに備える広告表示処理装置としている。このため、ユーザは、自分の属性を入力する動機付けを持つことになる。ユーザは、どこで自分の情報が漏洩するかわからないため、自分の詳細な情報は入力したくない。そこで、自分の属性情報をたくさん入力したり、マーケティングにとって重要な属性情報を入力するほどキャッシュバックを高くすれば、量的にも質的にも充実した属性情報が得られる。これは、広告掲載主の立場からみると、個々のユーザによりマッチした広告を表示することができる点で、大きなメリットとなる。

【0038】また、別の本発明は、リンク広告用データ

は、ユーザにキャッシュバックをする広告用のデータか否かを区別する表示、あるいはキャッシュバックの条件を示す表示を伴う広告表示処理装置として。このため、ユーザは、バナー広告をクリックするに先立ち、属性広告か否か、クリックするといくらキャッシュバックされるかを知ることができる。したがって、ユーザは、クリックする広告を選択できる。

【0039】また、別の本発明は、ホームページを閲覧するユーザを特定する情報を受け付けて、ユーザを登録するユーザ登録ステップと、ユーザへの広告の掲載を希望する広告掲載主から広告用のデータを受け付ける広告受付ステップと、ユーザに対して、広告用のデータをそのユーザ用の属性広告として選出する属性広告選出ステップと、その選出した属性広告を、広告掲載主が管理する掲載主ホームページにリンクするリンク広告用データとしてホームページに表示する属性広告表示ステップとを含む広告表示処理方法としている。

【0040】このため、登録されたユーザは、自分に合致した広告情報を入手できる。例えば、東京在住の30代の男性ユーザは、そのユーザ特定情報に合致した広告を見ることになる。逆に言えば、東京在住の30代の男性ユーザが、地方の広告、女性用の広告あるいは10代や40代のユーザが見たがるような広告を見ずに済む。このように、ユーザが見るホームページ上には、個々のユーザの特性にマッチした広告が掲載されるので、ユーザにとって自分の望む情報を入手できると同時に、広告掲載主にとって高い広告効果を期待できる。

【0041】また、別の本発明は、ユーザ登録ステップは、ユーザの属性を示す属性情報を受け付けて、そのユーザを登録し、属性広告選出ステップは、属性情報に基づいて、ユーザの属性に合った広告用のデータを属性広告として選出する広告表示処理方法としている。このため、属性情報をも入力して登録したユーザは、自分の好みに合致した広告情報を入手できる。例えば、スキーを趣味に持つユーザには、スキー用具メーカーやスキー場の広告が、そのユーザが見ているホームページに掲載される。家庭用のゲームを趣味に持つ別のユーザは、前のユーザと同じホームページを見ていても、ゲームソフトのメーカーやゲーム機器のメーカーの広告を見ることになる。このように、個々のユーザのニーズにマッチした広告が掲載されるので、ユーザにとって自分の望む情報を入手できると同時に、広告掲載主にとって高い広告効果を期待できる。

【0042】また、別の本発明は、複数の属性広告の中でユーザが所定期間にどのようなホームページを見たかを示す閲覧実績が所定値に達したかを判別する閲覧実績判別ステップをさらに含み、属性広告選出ステップは、閲覧実績判別ステップでの判別結果に基づいて属性広告を絞り込み、属性広告表示ステップは、その絞り込んだ属性広告を、リンク広告用データとしてホームページに

表示する広告表示処理方法としている。このため、ユーザが予め入力した自己の属性情報の他に、実際にネットサーフィンにより閲覧したホームページの種類やその数が考慮されて、最初の時期と異なる種類の広告が掲載されるようになる。したがって、ユーザが長期間同じ広告ばかり見てあきる危険性が低減する。

【0043】また、別の本発明は、ユーザがリンク広告用データを所定回数選択する操作をしたこと、あるいはユーザがリンク広告用データを表示するホームページを所定時間見たことを検出する広告注目度検出ステップをさらに含み、属性広告選出ステップは、広告注目度検出ステップでの検出結果に基づいて、そのユーザの属性にあった別の属性広告を選出し、属性広告表示ステップは、その選出した属性広告を、リンク広告用データとしてホームページに表示する広告表示処理方法としている。このため、ユーザが予め入力した自己の属性情報の他に、実際にユーザがクリックした情報に基づいて、最初の時期と異なる種類の広告が掲載されるようになる。したがって、ユーザが長期間同じ広告ばかり見てあきる危険性が低減する。

【0044】また、別の本発明は、ユーザから所定の属性広告を見たくない旨の通知を受け付けて、その通知の有無を判別する非表示意志判別ステップをさらに含み、属性広告表示ステップは、非表示意志判別ステップの処理に基づいて、その所定の属性広告を消す消去処理を行う広告表示処理方法としている。このため、ユーザは、自分の興味のある広告のみを表示させることができる。

【0045】また、別の本発明は、ユーザが入力した属性情報の量あるいは属性情報の性質に基づいて、広告掲載主あるいはサーバの管理者からの商品またはサービスを、ユーザに提供することを決定するサービス提供決定ステップをさらに含む広告表示処理方法としている。このため、ユーザに自分の属性情報を入力させる動機付けを持たせることができる。したがって、より詳細な属性情報に基づいた的確な広告が表示できる。

【0046】また、別の本発明は、ホームページ上の広告を見たユーザに対してお金を支払う方法を含めた情報と共に、ユーザを登録するユーザ登録ステップと、ユーザへの広告の掲載を希望する広告掲載主から広告用のデータを受け付ける広告受付ステップと、ユーザに対して広告用のデータをそのユーザ用のリンク広告用データとして、広告掲載主が管理する掲載主ホームページ以外のホームページに表示する広告表示ステップと、ユーザがリンク広告用データを選択操作した回数の情報、あるいはユーザがリンク広告用データを表示するホームページを見ている時間の情報を検出する広告注目度検出ステップと、広告注目度検出ステップでの検出結果に基づいて、登録されている支払方法によってユーザに対してお金を支払うキャッシュバック処理を行うキャッシュバック処理ステップとを含む広告表示処理方法としている。

このため、ユーザが広告を見る動機付けが生まれ、ユーザは、時間と通信費を要してでも、バナー広告をクリックしたくなる。この結果、ユーザが広告情報を見る機会が増える。特に、製品やサービスよりも企業イメージをアピールすることを目的とするサイトの場合には、ユーザが何度も訪れるので、企業イメージがユーザに定着しやすくなる。

【0047】また、別の本発明は、キャッシュバック処理ステップは、ユーザに加えて、ホームページの管理者にもキャッシュバックを行う広告表示処理方法としている。このため、バナー広告を貼り付けたいと考えるホームページ管理者を増やすことができる。

【0048】また、別の本発明は、広告用のデータは、ユーザの属性情報に基づいて選出した属性広告を含む広告表示処理方法としている。このため、ユーザは、単にキャッシュバックのみを目的にバナー広告をクリックするのではなく、自分の好みに合ったバナー広告をクリックすることになる。したがって、バナー広告のクリック数の増加、それに伴う広告情報の閲覧数の増加が期待でき、広告効果をさらに高めることができる。

【0049】また、別の本発明は、ホームページのトップページから、ディレクトリの構成上において下位の階層のページに移行するほど、キャッシュバックの額を高く設定する第1キャッシュバック設定ステップを、さらに含む広告表示処理方法としている。ホームページのトップページより下位の階層にあるページにジャンプすることは、トップページのみをサーフィンすることに比べると手間を要する。このため、奥のサイトほどキャッシュバックを高めに設定して、奥のサイトまでユーザを誘起するようにしている。これは、ホームページの管理者にとって有意義であるため、ホームページ管理者の増加を期待できる。

【0050】また、別の本発明は、ユーザが入力した属性情報の量あるいは属性情報の性質に基づいて、キャッシュバックの額を設定する第2キャッシュバック設定ステップを、さらに含む広告表示処理方法としている。このため、ユーザは、自分の属性を入力する動機付けを持つことになる。ユーザは、どこで自分の情報が漏洩するかわからないため、自分の詳細な情報は入力したがない。そこで、自分の属性情報をたくさん入力したり、マーケティングにとって重要な属性情報を入力するほどキャッシュバックを高くすれば、量的にも質的にも充実した属性情報が得られる。これは、広告掲載主の立場から見ると、個々のユーザによりマッチした広告を表示することができる点で、大きなメリットとなる。

【0051】また、別の本発明は、リンク広告用データは、ユーザにキャッシュバックをする広告用のデータか否かを区別する表示、あるいはキャッシュバックの条件を示す表示を伴う広告表示処理方法としている。このため、ユーザは、バナー広告をクリックするに先立ち、属

性広告か否か、クリックするといくらキャッシュバックされるかを知ることができる。したがって、ユーザは、クリックする広告を選択できる。

【0052】

【発明の実施の形態】以下、本発明に係る広告表示処理システム、広告表示処理装置および広告表示処理方法の各実施の形態について、図面に基いて説明する。

【0053】図1は、本発明の広告表示処理システムの構成を示す図である。このシステムは、ユーザが入場するポータルサイトを管理すると共に、そのポータルサイトをユーザに向けて送信するサーバ1と、ユーザがホームページを見るためのクライアント端末2と、サーバ1とクライアント端末2とを結ぶ通信回線となるインターネット3とを備えている。なお、通信回線を、インターネット3以外の通信網、例えばイントラネットや、CATV用の光ケーブル網としても良い。

【0054】また、このシステムは、ユーザが加入しているプロバイダが保有するサーバであって、クライアント端末2からインターネット3に入る際に経由するプロバイダサーバ4と、ホームページへの広告掲載を希望する広告掲載主が、サーバ1との間で広告用データの登録手続等を行うための広告掲載主端末5と、広告掲載主が加入するプロバイダが保有するサーバであって、広告掲載主端末5からインターネット3に入る際に経由するプロバイダサーバ6とを備えている。

【0055】サーバ1は、サーバ1内部または他のサーバ4、6の内部に格納されるホームページに、画像形式のバナー広告あるいはテキスト形式の文字広告等の広告用のデータを表示する広告表示処理装置である。サーバ1は、広告用のデータをホームページに表示させる処理に先立ち、クライアント端末2から、ユーザを特定する特定情報、あるいは特定情報に加えてユーザの属性を示す属性情報を受け付けて、そのユーザを登録する。

【0056】ここで、ユーザを特定する特定情報とは、ユーザの氏名、住所、電話番号、年齢というユーザを特定するための情報をいう。ユーザの属性を示す属性情報とは、特定情報以外の情報であって、職業、趣味、家族構成等の情報をいう。ただし、属性情報は、特定情報を含む上位の情報と位置づけるようにしても良い。この場合、サーバ1は、特定情報のみを受け付けてユーザを登録したり、あるいは特定情報を含めた属性情報を受け付けてユーザを登録することができる。

【0057】ユーザが登録をすると、サーバ1は、ユーザのクライアント端末2にユーザIDとパスワードを送信する。続いて、サーバ1は、広告掲載主端末5から、希望するユーザの特定情報あるいは属性情報を指定するデータと広告用のデータとを受け付ける。すなわち、広告掲載主は、サーバ1内に保存されているユーザ情報（ユーザの特定情報とユーザの属性情報を総称している）を閲覧でき、そのユーザ情報に基づいて広告を見せ

たいユーザ（個人、グループを含む）を指定する。

【0058】広告が、サーバ1に保存されるホームページ（以後、内部ホームページという）ではなく、プロバイダサーバ4、6等に格納されるホームページ（以後、外部ホームページという）に掲載される場合がある。このような場合、サーバ1には、外部ホームページに付されたサイトIDと、外部ホームページのURLが保存される。また、その外部ホームページ中には、ユーザがクライアント端末2でその外部ホームページを閲覧したときにサイトIDとユーザIDをサーバ1に送信するプログラムが組み込まれている。

【0059】サーバ1は、登録されたユーザからサーバ1に正式なアクセスがあると、そのユーザの属性情報とユーザIDに基づいて、サーバ1内部に格納する広告用のデータであってそのユーザが指定されている属性広告を抽出する。続いて、サーバ1は、ユーザがクライアント端末2に開いたホームページに、その属性広告を表示する。属性広告は、ユーザがマウスでクリック等することにより広告掲載主のホームページにジャンプ可能なように、広告掲載主のホームページのURLにハイパーリンクされているリンク広告用データとなっている。

【0060】ユーザがその外部ホームページをクライアント端末2で開くと、サイトIDとそのクライアント端末2のクッキーに保存されているユーザIDがサーバ1に送信される。サーバ1は、サイトIDとユーザIDに基づいてその外部ホームページに掲載される属性広告を抽出し、抽出された属性広告をクライアント端末2に送信し、その外部ホームページ上に貼り付ける。なお、クライアント端末2から入力されたデータを、クライアント端末2とサーバ1との間の双方向通信によりクライアント端末2内に上記データを保存させる仕組みであれば、クッキーファイルに限定されない。

【0061】登録していないユーザがサーバ1にアクセスしたり、外部ホームページを開いたりした場合には、サーバ1は、クライアント端末2からユーザIDを受け取ることはできない。しかし、登録したユーザの場合には、この広告表示処理システムを利用するため、一度でもユーザIDを入力すると、そのユーザIDは、クッキーファイルに保存される。このため、次回から、ユーザIDをわざわざ入力しなくても、ユーザIDは、内部ホームページや外部ホームページを見るたびに自動的にサーバ1に送信される。

【0062】サーバ1は、登録していないユーザからは、そのユーザの属性情報を受け取っておらず、またユーザIDを受け取ることはないのもので、属性広告を表示することはできない。このため、登録していないユーザに対しては、そのユーザの属性情報に関係のない一般広告を、内部ホームページや外部ホームページに表示することになる。そして、サーバ1は、その登録していないユーザのクライアント端末2で表示される内部ホームペー

ジや外部ホームページ中に、ユーザ登録を促すメッセージを表示する。

【0063】なお、属性広告あるいは一般広告を貼り付けるホームページは、サーバ1内のポータルサイトやサーバ1の管理者が管理する専用ホームページであったり、プロバイダサーバ4、6やその他のサーバに格納されるホームページであっても良い。

【0064】また、サーバ1は、ユーザが所定期間に見たホームページ（内部と外部の両ホームページ）の内容に基づいて属性広告を決定し、その決定した属性広告をホームページに表示するようにしても良い。ユーザが閲覧したホームページの記録は、ユーザIDと共にサーバ1内に格納される。ホームページの閲覧実績は、そのホームページのタイトルやメタタグ等に記載されたテキストデータに基づいて記録される。そして、属性広告は、閲覧されたホームページのテーマの上位3位までで決定される。なお、属性広告は、閲覧されたホームページのテーマの上位3位までとせず、上位5位あるいは上位1位のみとしても良い。また、この実施の形態では、所定期間を30日間としているが、20日間、7日間あるいは60日間としたり任意の期間に設定可能である。

【0065】バナー広告となる属性広告をクリックしたこと検出は、属性広告に含まれるリンク広告表示部のクリックにより、サイトIDとユーザIDが送信され、サーバ1に保存されることによって行われる。また、サーバ1は、ユーザが属性広告に含まれるリンク広告表示部を所定回数クリックしたこと、あるいは属性広告が表示されているホームページを所定時間見たことを検出する。この検出結果から、サーバ1は、別の属性広告をホームページに表示する。同じ広告ばかりをユーザに見せると、ユーザが飽きてしまい、広告効果が低下するからである。

【0066】また、サーバ1は、クライアント端末2からユーザが所定の属性広告を見たくないという通知を受け付けると、その所定の属性広告を消す消去処理を行う。

【0067】各ユーザに表示される属性広告の決定は、ユーザが入力する属性情報の質と量に依存する。すなわち、ユーザがたくさん属性情報を入力したり、プライバシーに関わる重要な属性情報を入力すると、サーバ1は、そのユーザにマッチした広告を表示することができる。しかし、ユーザは、自分の素性が外部に公開されることを恐れ、自分の属性情報を入力したくない。そこで、より詳細な属性情報の入力を喚起するため、ユーザに対して広告掲載主あるいはホームページ管理者からの商品またはサービスを提供するようにしている。

【0068】また、ユーザが属性広告を見たり、属性広告中のリンク広告表示部をクリックするインセンティブを与えるために、サーバ1は、ユーザが属性広告をクリックした回数あるいは当該属性広告を表示しているホー

ムページを見ている時間に応じて、ユーザに対してお金を支払うキャッシュバック処理を行う。さらに、属性広告を表示してくれる外部ホームページを募るべく、その外部ホームページの管理者にもキャッシュバックするようにしている。なお、ユーザが属性広告から広告掲載主の外部ホームページにジャンプした場合、そのユーザが広告掲載主のホームページをどれくらいの時間見ていたかを示すデータを、外部ホームページのサーバからサーバ1に送信するようにプログラムしておいても良い。このようにすると、キャッシュバックによるインセンティブがさらに高まる。ホームページを見ている時間の把握は、広告掲載主のホームページか内部ホームページであれば、極めて容易である。

【0069】このキャッシュバックの対象となる広告は、ユーザの属性に基づいた属性広告であるのが好ましい。ただし、キャッシュバックの対象となる広告を、ユーザの属性に関係のない一般広告としても良い。キャッシュバックの対象となる広告は、一目でそれとわかるように、非キャッシュバック用の広告と区別されている。ユーザに、キャッシュバック用の広告であることを認識させるためである。また、キャッシュバックの対象となる広告は、キャッシュバックの条件を示す表示を伴うようにしても良い。ユーザに予め、キャッシュバックの条件を認識させるためである。なお、属性広告と一般広告とを区別する表示をしても良い。

【0070】また、サーバ1は、属性広告が掲載されているホームページや広告掲載主のホームページのトップページから、ディレクトリの構成上下位の階層のページに移行するほど、キャッシュバックの額を高く設定するようにしている。ユーザに、より深い階層まで閲覧するインセンティブを与えるためである。また、その結果として、より深い階層のページまで閲覧可能とすることが、属性広告を表示してくれるホームページ管理者や広告掲載主を集めることを可能とするからである。

【0071】一般に、より深い階層にあるページには、トップページより詳細な情報が記載されている。したがって、深い階層のページまで閲覧するユーザは、その情報を知りたがっているユーザであると考えられる。属性広告は、そのホームページと関連する広告となることが多い。なぜなら、ユーザは、自分が入手したいと思うホームページを見るものであり、属性広告はそのユーザの属性に合致するように決められた広告だからである。

【0072】このため、ホームページの下層ページまで閲覧するユーザは、属性広告に対してより一層マッチしたユーザと考えられる。したがって、下層ページに掲載される属性広告をクリックするほど、キャッシュバックの額を高額にし、広告効果が高いユーザに還元するようにしている。

【0073】また、サーバ1は、ユーザが属性情報を入力した量あるいは入力した属性情報の性質に基づいて、

10

20

30

40

50

キャッシュバックの額を設定できるようにしている。具体的には、属性情報の入力量が多い程、キャッシュバックの額を高くし、さらに、属性情報がよりプライバシーの高いもの程、キャッシュバックの額を高くしている。ユーザに対して、より多くの、かつ質の高い属性情報の入力を喚起するためである。

【0074】次に、サーバ1である広告表示処理装置の内部構成を、図2に基づいて説明する。

【0075】サーバ1は、データ送受信部11と、制御部12と、ユーザ判別部13、ユーザ登録部14と、広告受付部15と、属性広告選出部16と、広告表示部17と、閲覧実績記録部18と、広告注目度検出部19と、非表示意思受付部20と、サービス提供決定部21と、支払方法登録部22と、キャッシュバック処理部23と、第1キャッシュバック設定部24と、第2キャッシュバック設定部25と、制御プログラム格納部26と、ユーザ情報格納部27と、広告掲載主データ格納部28と、広告用データ格納部29と、実績データ格納部30と、キャッシュバックデータ格納部31と、ホームページデータ格納部32とを備えている。

【0076】データ送受信部11は、ユーザがクライアント端末2から入力した特定情報や属性情報、広告掲載主が広告掲載主端末5から入力した広告用のデータ等を受信すると共に、ユーザに対してユーザID、ホームページのデータ等を送信する構成部である。

【0077】制御部12は、サーバ1全体の制御を司る構成部であり、後述するユーザ判別部13、ユーザ登録部14、広告受付部15、属性広告選出部16、広告表示部17、閲覧実績記録部18、広告注目度検出部19、非表示意思受付部20、サービス提供決定部21、支払方法登録部22、キャッシュバック処理部23、第1キャッシュバック設定部24および第2キャッシュバック設定部25の各動作を制御する。

【0078】ユーザ判別部13は、ユーザが登録されている会員か否かを判別するユーザ判別手段である。具体的には、ユーザIDとパスワードが入力されたか否かと、入力されたユーザIDとパスワードの組み合わせが正しいかどうかから、ユーザが登録されているか否かを判別する。

【0079】ユーザ登録部14は、新規ユーザの特定情報や属性情報を受け付けて、後述するユーザ情報格納部27内にそのユーザの情報を格納するユーザ登録手段である。ユーザが入力する属性情報には、後述するキャッシュバックに必要な支払方法も含まれる。ユーザ登録部14は、ユーザ登録の直後に、ユーザのクライアント端末2に向けて、ユーザIDとパスワードを通知する。なお、ユーザIDとパスワードの少なくともいずれか一方は、ユーザ自身がクライアント端末2から入力したものとしても良い。

【0080】広告受付部15は、広告掲載主から、対象

ユーザが特定された広告用のデータを受け付ける広告受付手段である。広告用のデータは、画像形式のバナー広告であっても、テキスト形式の文字広告であっても良い。

【0081】属性広告選出部16は、入力されたユーザIDやユーザのクライアント端末2のクッキーファイルから送信されてきたユーザIDと、外部ホームページの場合にはそのサーバから送られてきたサイトIDとからユーザを特定し、そのユーザの特定情報や属性情報に基づいて、そのユーザが閲覧しているホームページに表示すべき属性広告を選出する属性広告選出手段である。ユーザIDが不明な場合には、汎用の一般広告を選出する。

【0082】広告表示部17は、属性広告選出部16により選出されたバナー広告となる属性広告や汎用の一般広告を、そのユーザが閲覧するホームページに表示させる属性広告表示手段である。広告表示部17は、属性広告や汎用の一般広告の本体となるリンク広告用データに、キャッシュバック用の広告か否かを示す表示、あるいはキャッシュバックの条件を併せて示す。この結果、ユーザは、一目でキャッシュバック用の広告か否かを判別できる。また、ユーザが登録された会員でない場合等のユーザIDが判明しないときには、広告表示部17は、上述したようにユーザの属性に関係のない汎用の一般広告を表示する。この意味で、広告表示部17は、属性広告を含むより広い意味での広告を表示する広告表示手段でもある。

【0083】閲覧実績記録部18は、ユーザがネットサーフィンを行いながら閲覧するホームページの種類を記録する閲覧実績記録手段である。この閲覧実績に基づいて、属性広告選出部16は、最適な属性広告を選出したり、所定条件に基づいて別の属性広告を選出する。

【0084】広告注目度検出部19は、ユーザがリンク広告用データとなる属性広告を所定回数クリックしたこと、あるいは属性広告を表示するホームページを所定時間見たことを検出する広告注目度検出手段である。この検出結果に基づいて、属性広告選出部16は、そのユーザに合った最適な属性広告を選出する。なお、広告注目度検出部19は、属性広告からリンクされている広告掲載主のホームページの閲覧時間を検出するようにしている。

【0085】非表示意思受付部20は、ユーザが所定の属性広告を見たくない旨の意思を受け付ける非表示意思受付手段である。広告表示部17は、非表示意思受付部20からの指示に基づいて、指示のあった属性広告を消す消去処理を行う。

【0086】サービス提供決定部21は、ユーザが入力した属性情報の量あるいは性質に基づいて、広告掲載主あるいはサーバの管理者からの商品またはサービスを、ユーザに提供することを決定するサービス提供決定手段

である。ここで、商品またはサービスとは、キャッシュバックに加算するキャッシュであっても良い。また、通信費フリーでネットサーフィンや電子メールのやりとりができるサービスカードでも良い。

【0087】支払方法登録部22は、ユーザ登録部14から、ユーザが入力したお金の支払方法のデータを受け取り、これを登録する構成部である。キャッシュバック処理部23は、登録されたお金の支払方法によって、ユーザに対しお金を支払うキャッシュバック処理手段である。例えば、ユーザが口座振込みを希望し、口座番号を登録している場合、キャッシュバック処理部23は、ユーザの口座に所定金額を振り込む。

【0088】第1キャッシュバック設定部24は、各条件下におけるキャッシュバックの料金を設定している構成部であり、ホームページのトップページから、ユーザの属性により合致した内容を持つページに移行するほど、キャッシュバックの額を大きく設定する第1キャッシュバック設定手段である。

【0089】なお、単純に、階層だけからキャッシュバックの額を決めても良いが、広告との関連性を加味してキャッシュバックの額を決めても良い。そうすると、階層が奥にあっても、広告と関係のないページであれば、キャッシュバックの額は安く設定できる。逆に、階層が浅くても、広告と関連の深いページであれば、キャッシュバックの額を高く設定できる。

【0090】広告とページとの関連性は、そのページに記載されているテキストデータの数に基づいて、そのページのテーマ候補を複数決めて、対応する方法で調べている。例えば、あるページに記載されるテキストデータの中で最も多いテキストが、「特許」、次に、「意匠」、3番目に「商標」だとする。一方、表示すべき広告が「デザイン事務所」の広告だとする。すると、その広告とページの関連性は、関連性第2位となる。もし、「特許事務所」の広告であれば、関連性第1位となる。関連性第1位の方が、関連性第2位よりもキャッシュバックの額は高い。

【0091】第2キャッシュバック設定部25は、ユーザの属性情報を入力した量あるいは入力したユーザの属性情報の性質に基づいて、キャッシュバックの額を設定する第2キャッシュバック設定手段である。したがって、キャッシュバック処理部23は、第1キャッシュバック設定部24と第2キャッシュバック設定部25の処理に基づいて、キャッシュバックの額を計算し、ユーザあるいはホームページ管理者にキャッシュバックする。

【0092】制御プログラム格納部26は、制御部12の動作プログラムを格納した構成部である。上述の制御部12の各処理は、制御プログラム格納部26内の動作プログラムにしたがって、各構成部13等を制御する。

【0093】ユーザ情報格納部27、広告掲載主データ格納部28、広告用データ格納部29、実績データ格納

部30、キャッシュバックデータ格納部31およびホームページデータ格納部32については、図3から図8に基づいて説明する。

【0094】図3は、ユーザ情報格納部27内のデータテーブル34を説明するための図である。このデータテーブル34は、ユーザ名記載欄35と属性情報記載欄36から構成されている。ユーザ名記載欄35には、登録されたユーザの氏名又は名称が記載されている。属性情報記載欄36には、そのユーザの会員ID37、パスワード38、性別39、年齢40、住所41、電話番号42、家族構成43、趣味44、好きな食物45、職業46、年収47、良く読む雑誌48、インターネット利用歴49、良く見るサイト50、口座番号51、好きなスポーツ52等のユーザの特定情報および属性情報（以後、属性情報等という）が記載されている。会員ID37とパスワード38は、ユーザ登録後に決定される項目である。また、会員ID37およびパスワード38以外の属性情報等39～52は、ユーザが登録の際に入力した情報である。

【0095】上述の属性情報等39～52には、AからCまでのランクが設定されている。これらのランクは、各属性情報の重要性を示すものである。Aのついた属性情報等が最も重要な情報であり、B、Cとなるにしたがって重要性が低下する。したがって、属性情報等の入力量に応じてキャッシュバックの額が高くなるのみならず、ランクAのついた属性情報等を入力するほど、そのユーザへのキャッシュバックの額が高くなる。

【0096】図4は、広告掲載主データ格納部28内のデータテーブル60を説明するための図である。このデータテーブル60は、広告掲載主の氏名記載欄61と、広告掲載主の連絡先記載欄62と、広告用データ記載欄63とから構成されている。

【0097】広告用データ記載欄63には、広告掲載主が掲載したい広告用のデータが記載されている。その広告用のデータが画像形式のバナー広告の場合には、「IMG10」等の表示64がされる。一方、広告用のデータがテキスト形式の文字広告の場合には、「TEXT10」等の表示65がされる。

【0098】また、広告掲載主の氏名記載欄61には、各広告掲載主毎に、広告主ナンバー66が記載されている。この広告主ナンバー66は、広告用のデータの管理をするために用いられている。

【0099】図5は、広告用データ格納部29内のデータテーブル70を説明するための図である。このデータテーブル70は、広告区分記載欄71と、広告主ナンバー記載欄72と、広告対象記載欄73と、広告用データ表示欄74とから構成されている。

【0100】広告区分記載欄71には、広告掲載主が登録している広告用のデータが属性広告か、一般広告かを示す記号が記載されている。記号「A」71aは、属性

広告を示す記号である。記号「B」71bは、一般広告を示す記号である。属性広告選出部16は、この記号を判別して選出する。

【0101】広告主ナンバー記載欄72には、広告掲載主データ格納部28に格納される広告掲載主を特定するナンバーが記載されている。また、広告対象記載欄73には、広告掲載主が、広告用データを登録する際に入力した広告対象者のデータである。例えば、20代の女性を対象にしたり、釣りを趣味に持つ人を対象にする等、広告掲載主は、事前に広告を見せたい人を特定することができる。

【0102】広告用データ表示欄74は、広告用の画像データ75やテキストデータ76を表示する欄である。サーバ1の広告表示部17は、属性広告か一般広告かを区別すると共に、キャッシュバック用の広告か非キャッシュバック用の広告かを区別する。そして、広告表示部17は、その区別に基づいて、広告掲載主から送信された広告用のデータに加工を施し、広告用データ表示欄74に表示する。具体的な加工については、後述する。

【0103】図6は、実績データ格納部30内のデータテーブル80を説明するための図である。このデータテーブル80は、各ユーザ毎に、表示される広告用データ82のクリック回数83と、広告用データ82を表示している表示時間84を記録しておくテーブルである。なお、表示時間84の単位は時間である。データテーブル80内のクリック回数83および表示時間84の数値は、前の月の26日から翌月の25日までの1ヶ月間の積算値である。

【0104】クリック回数83と表示時間84がそれぞれ予め設定された基準値を超えると、別の広告用データに変更される。この実施の形態では、クリック回数の基準値を50回、表示時間の単位を2時間としているが、別の基準値を採用しても良い。

【0105】また、クリック回数83と表示時間84に基づいて、ユーザあるいはホームページ管理者へのキャッシュバックの額が決定されるようになっている。この場合には、前の月の26日から翌月の25日までのクリック回数83と表示時間84に基づいて、キャッシュバックの額が決まる。なお、毎月25日締めでキャッシュバックせずに、10日締めとすることもできる。また、2ヶ月単位でキャッシュバックしても良い。

【0106】図7は、キャッシュバックデータ格納部31内のデータテーブル85を説明するための図である。このデータテーブル85は、ユーザ区分欄86と、キャッシュバック額算出式記載欄87とから構成されている。ユーザ区分は、「A」、「B」、「C」の3種類に区分されている。

【0107】この実施の形態では、「A」は、ランクAの重要な属性情報等を多く入力したユーザであることを示す。「B」は、ランクBの中くらいの属性情報等を多

く入力したユーザであることを示す。また、「C」は、ランクCのあまり重要性の低い属性情報等を入力したユーザであることを示している。なお、「A」か否かを、属性情報等の入力数に対するランク「A」の属性情報等の割合のみで決めても良いし、属性情報等の入力数を加味しても良い。

【0108】キャッシュバック額算出式記載欄87には、ユーザ区分毎に係数の異なる計算式が格納されている。キャッシュバック額算出式は、入力された属性情報量Xに係数を掛けた値と、広告用データが表示されるページの深さYに係数を掛けた値と、ユーザによる1ヶ月間のクリック数Cに係数を掛けた値と、ユーザがその広告用データが表示されるページを見ている時間Vに係数を掛けた値との和で構成される。

【0109】具体的には、ユーザ区分「A」のキャッシュバック額算出式88は、 $\alpha 1 * X + \alpha 2 * Y + \alpha 3 * C + \alpha 4 * V$ で表される。また、ユーザ区分「B」のキャッシュバック額算出式89は、 $\beta 1 * X + \beta 2 * Y + \beta 3 * C + \beta 4 * V$ で表される。さらに、ユーザ区分「C」のキャッシュバック額算出式90は、 $\gamma 1 * X + \gamma 2 * Y + \gamma 3 * C + \gamma 4 * V$ で表される。なお、キャッシュバック額算出式88、89、90中の「*」は、掛けるを意味する記号である。

【0110】 $\alpha 1$ 、 $\beta 1$ および $\gamma 1$ の間には、 $\alpha 1 > \beta 1 > \gamma 1$ の関係がある。同様に、 $\alpha 2 > \beta 2 > \gamma 2$ 、 $\alpha 3 > \beta 3 > \gamma 3$ の関係がある。同じ属性情報量、同じページの深さ、同じクリック数、同じ閲覧時間であっても、キャッシュバック額が、ユーザ区分「A」、ユーザ区分「B」、ユーザ区分「C」の順になるように配慮するためである。

【0111】図8は、ホームページデータ格納部32内のホームページのディレクトリを示す図である。ホームページデータ格納部32には、広告用のデータを表示するホームページ91、92等が格納されている。ホームページ91、92は、その一例のホームページである。ホームページデータ格納部32内のホームページ91は、トップページ91aの下位の階層にページ91bを持ち、さらに下位の階層にページ91cを持っている。また、ホームページ92は、トップページ92aの下位の階層にページ92bを持っている。

【0112】ホームページ91のトップページ91aには、広告用のデータ93が表示されている。ページ91bおよびページ91cには、それぞれ広告用のデータ94および広告用のデータ95が表示されている。また、ホームページ92のトップページ92aおよびページ92bには、それぞれ広告用のデータ96および広告用のデータ97が表示されている。

【0113】広告用のデータ95をクリックする方が、広告用のデータ94をクリックするよりも、キャッシュバックの額が大きくなるように設定されている。また、

広告用のデータ94をクリックする方が、広告用のデータ93をクリックするよりも、キャッシュバックの額が大きくなるように設定されている。また、広告用のデータ97をクリックする方が、広告用のデータ96をクリックするよりも、キャッシュバックの額が大きくなるように設定されている。ユーザに、下位の階層にあるページまで閲覧するインセンティブを与えるためである。

【0114】図9は、スポーツ同好会のホームページに広告用データを表示した例を示す図である。ここで、

(A)はトップページを、(B)は(A)のトップページ直下の階層にあるページである。

【0115】トップページ101には、下位の階層にあるページにリンク可能なリンク表示102が設けられている。また、トップページ101には、広告用データとしてバナー広告103、104、105が表示されている。バナー広告103、104は、ともにキャッシュバック用の広告となっている。一方、バナー広告105は、非キャッシュバック用の広告となっている。

【0116】バナー広告103は、内部画像103aと、その外側の縁どり部分103bから構成されている。同様に、バナー広告104は、内部画像104aと、縁どり部分104bから構成されている。広告表示部17は、広告掲載主が提供した広告用のデータに加工を施して、縁どり部分103b、104bを表示するようにしている。これによって、バナー広告103、104を、縁どりのない非キャッシュバック用のバナー広告105と区別できるようにしている。また、バナー広告103は、属性広告である。バナー広告103の横にある半円形の部位103は、属性広告であることを示す部分である。

【0117】このように、バナー広告が、属性広告であるか否か、あるいはキャッシュバック用の広告か否かが一目でわかるようになっている。なお、広告表示部17は、広告用のデータに、1クリック当たりのキャッシュバックの額を表示することもできる。

【0118】また、図9(B)に示すように、リンク表示102の1つをクリックした時に表示される下位のページ110にも、バナー広告が表示されている。バナー広告111、112は共に、属性広告であると共にキャッシュバック用の広告である。上述のように、バナー広告111、112の内部画像111a、112aの外側の縁どり部分111b、112bは、キャッシュバック用の広告であることを示している。また、バナー広告111、112の横にある半円形の部位111c、112cは、属性広告であることを示している。そして、下位のページ110のバナー広告111、112の方が、トップページ101のバナー広告103、104よりも、キャッシュバックの額を高額になるように設定されている。

【0119】バナー非表示部113は、ユーザが当該バ

ナーの表示をしたくない旨の意志を通知することによって、形成される。バナーの表示をしたくない旨の意志は、マウスの右クリックによって選択可能な非表示処理を選ぶ方法でも良いし、バナー広告の特定部位をクリックすることによって、非表示とするようにしてもよい。

【0120】次に、本発明の広告表示処理方法について、図10から図13のフローチャートに基づいて説明する。

【0121】図10は、ユーザの登録処理の流れを示すフローチャートである。まず、サーバ1は、ユーザの属性情報等を受け付ける(ステップS201)。ステップS201において、サーバ1は、ユーザにキャッシュバックするお金の支払方法に関する情報も受け付ける次に、サーバ1は、ユーザを登録する(ステップS202:ユーザ登録ステップ)。そして、サーバ1は、ユーザIDとパスワードを、ユーザに通知する(ステップS203)。かかる処理をもって、ユーザの登録処理が終了する。

【0122】図11は、広告掲載主からの広告用のデータの登録処理を示すフローチャートである。サーバ1は、広告掲載主から広告登録の依頼を受け付ける(ステップS301)。次に、サーバ1は、広告掲載主に、ユーザ候補の表示をする(ステップS302)。次に、サーバ1は、広告掲載主からユーザの選択を受け付ける(ステップS303)。そして、サーバ1は、広告掲載主の広告用のデータを登録する(ステップS304:広告受付ステップ)。かかる処理をもって、広告掲載主からの広告用のデータの登録処理が終了する。

【0123】図12は、ユーザが指定したホームページに広告を表示する処理の流れを示すフローチャートである。まず、サーバ1は、ユーザから指定されたポータルサイトにおいて、ユーザIDとパスワードが入力されたか否かを判別する(ステップS401)。この結果、ユーザIDとパスワードが入力されなければ、ステップS403に移行する。

【0124】一方、ユーザIDとパスワードが入力されると、サーバ1は、入力されたユーザIDとパスワードとの組み合わせが正しいか否かを判別する(ステップS402)。この結果、ユーザIDとパスワードとの組み合わせが正しくない場合には、サーバ1は、非会員とみなし、一般広告の選出を行う(ステップS403)。続いて、サーバ1は、選出した一般広告を、指定されたホームページに表示し(ステップS404)、処理を終了する。なお、一般広告が固定されていれば、ステップS403のステップを省略しても良い。

【0125】一方、ステップS402において、ユーザIDとパスワードとの組み合わせが正しい場合には、サーバ1は、ユーザを会員とみなして、そのユーザの属性情報等に基づき属性広告の選出を行う(ステップS405:属性広告選出ステップ)。続いて、サーバ1は、選

出した属性広告を、指定されたホームページに表示する（ステップS406：属性広告表示ステップ）。

【0126】サーバ1は、ユーザが閲覧しているホームページの内容から閲覧実績を調べ、その実績値が所定値になったか否かを判別する（ステップS407：閲覧実績判別ステップ）。この結果、所定値に達していれば、サーバ1は、属性広告の再選出を行うべく、ステップS405の処理に戻る。一方、所定値に達していなければ、サーバ1は、続いて、広告注目度が所定値になったか否かを判別する（ステップS408：広告注目度検出ステップ）。この結果、バナー広告をクリックした回数あるいはバナー広告を見ている時間が所定の基準値に達していると、サーバ1は、属性広告の再選出を行うべく、ステップS405の処理に戻る。

【0127】一方、ステップS408において、バナー広告をクリックした回数あるいはバナー広告を見ている時間が所定の基準値に達していなければ、サーバ1は、その時の属性広告の表示を維持しつつ、ユーザからの非表示意思の有無を判別する（ステップS409：非表示意思判別ステップ）。この結果、ユーザからの非表示意思を受け付けた場合には、そのバナー広告を表示しない消去処理を行う（ステップS410）。

【0128】一方、ユーザからの非表示意思を受け付けていない場合には、サーバ1は、その時のバナー広告の表示を維持しつつ、ユーザが入力した属性情報等がユーザに商品あるいはサービスを提供する所定の基準に達しているか否かを判別する（ステップS411）。この結果、ユーザが入力した属性情報等が所定の基準に達している場合には、サーバ1は、プレゼントの提供を行う処理をする（ステップS412：サービス提供決定ステップ）。具体的には、プレゼント提供対象となるユーザのリストをアウトプットする。一方、ユーザが入力した属性情報等が所定基準に達していない場合には、何ら処理をせずに終了する。

【0129】なお、ステップS407、ステップ408、ステップS409の順番を変えても良い。さらに、ステップS411とステップS412の組み合わせを、ステップS405より前に実行しても良い。

【0130】図13は、ユーザおよびホームページ管理者へのキャッシュバックの処理の流れを示すフローチャートである。まず、サーバ1は、毎月25日になったか否かを判別する（ステップS501）。この結果、25日でない場合には、処理を終了する。

【0131】一方、25日になっていれば、サーバ1は、継続して記録しているキャッシュバック用の広告のクリック回数あるいはキャッシュバック用の広告を見ている時間といった広告注目度データを検出する（ステップS502：広告注目度検出ステップ）。次に、サーバ1は、ディレクトリの構成上下位の階層にあるページほど高額になる設定の第1キャッシュバック設定処理を行う

（ステップS503：第1キャッシュバック設定ステップ）。次に、サーバ1は、ユーザの属性情報の入力状況に応じた算出式を設定する第2キャッシュバック設定処理を行う（ステップS504：第2キャッシュバック設定ステップ）。これによって、キャッシュバック算出式に入れる数値と、キャッシュバックの額の算出式とが決定される。

【0132】次に、サーバ1は、キャッシュバックの額の計算を実行する（ステップS505）。次に、サーバ1は、ユーザへのキャッシュバック処理を行う（ステップS506：キャッシュバック処理ステップ）。さらに、サーバ1は、ホームページ管理者へのキャッシュバック処理も行う（ステップS507：キャッシュバック処理ステップ）。具体的に、ステップS507は、ユーザおよびホームページ管理者が指定した口座に入金する処理をいう。ただし、口座への入金以外に、為替による送金、現金封筒による送金等の他の送金方法を採用するようにしても良い。これらの他の送金方法の場合には、例えば、サーバ1の管理者に送金リストをアウトプットするようにしても良い。

【0133】なお、ステップS503～ステップS506までのステップを、キャッシュバック処理ステップとして実行するようにしても良い。

【0134】また、広告用のデータは、予めユーザが特定されたり、ユーザの属性が特定されたものとなっているが、ユーザを特定したり、ユーザの属性を特定したりしないデータを広告掲載主から受け取るようにしても良い。このような場合、この広告表示処理システムで、この広告用のデータを使用することで、その広告用のデータ、すなわち、広告内容がどのような属性を有するユーザに好まれるかが判明し、ユーザの絞り込みに役立つものとなる。

【0135】上述の実施の形態は、クライアント端末2にパソコンを用いた例であるが、衛星デジタル放送を受信可能で、かつインターネット3に接続する双方向通信可能なテレビ受像機をクライアント端末2としても良い。クライアント端末2に双方向通信可能なテレビ受像機を用いた広告表示処理システムについて、図14に基づいて簡単に説明する。

【0136】クライアント端末2は、テレビディスプレイ120と、デジタル受像機121と、デジタル放送受信アンテナ122と、テレビディスプレイ120用のリモコン123とから構成されている。デジタル受像機121は、インターネット3に接続している。

【0137】衛星デジタル放送の放送局124とケーブルテレビの放送局126は、サーバ1を有している。衛星デジタル放送の放送局124およびケーブルテレビの放送局126は、インターネット3を介してデジタル受像機121との通信が可能である。また、衛星デジタル放送の放送局124は、通信衛星あるいは放送衛星12

5に放送用のデータをとばし、通信衛星あるいは放送衛星125からデジタル放送受信用アンテナ122へとデータを送る。

【0138】また、ユーザは、有線あるいは無線（ここでは、電波）で送られた放送用のデータをテレビディスプレイ120で見ながら、リモコン123を用いてホームページ127上にある広告用のデータの表示128を選択する。この選択は、デジタル受像機121、インターネット3を経由して、衛星デジタル放送の放送局124とケーブルテレビの放送局126に送られる。このようなシステムによって、ユーザとサーバ1間における双方向通信が可能となる。したがって、デジタル放送の形式による広告表示処理システムの実現も可能である。

【0139】

【発明の効果】以上のように、本発明によれば、個々のユーザのニーズに合致した広告を表示可能な広告表示処理システム、広告表示処理装置および広告表示処理方法を提供することができる。また、別の本発明によれば、ユーザに広告を見る動機付けを与える広告表示処理システム、広告表示処理装置および広告表示処理方法を提供

【図面の簡単な説明】

【図1】本発明の広告表示処理システムの実施の形態の構成を示す図である。

【図2】図1の広告表示処理システムを構成する広告表示処理装置の内部構成を示す図である。

【図3】図2に示す広告表示処理装置のユーザ情報格納部内のデータテーブルを説明するための図である。

【図4】図2に示す広告表示処理装置の広告掲載主データ格納部内のデータテーブルを説明するための図である。

【図5】図2に示す広告表示処理装置の広告用データ格納部内のデータテーブルを説明するための図である。

【図6】図2に示す広告表示処理装置の実績データ格納部内のデータテーブルを説明するための図である。

【図7】図2に示す広告表示処理装置のキャッシュバックデータ格納部内のデータテーブルを説明するための図である。

【図8】図2に示す広告表示処理装置のホームページデータ格納部内のホームページのディレクトリを示す図である。

【図9】図2の広告表示処理装置によって、スポーツ同好会のホームページに広告用データを表示した例を示す

図である。

【図10】本発明の広告表示処理方法の実施の形態として、ユーザの登録処理の方法の流れを示すフローチャートである。

【図11】本発明の広告表示処理方法の実施の形態として、広告掲載主からの広告用データの受付処理を示すフローチャートである。

【図12】本発明の広告表示処理方法の実施の形態として、ユーザが指定したホームページに広告を表示する処理の流れを示すフローチャートである。

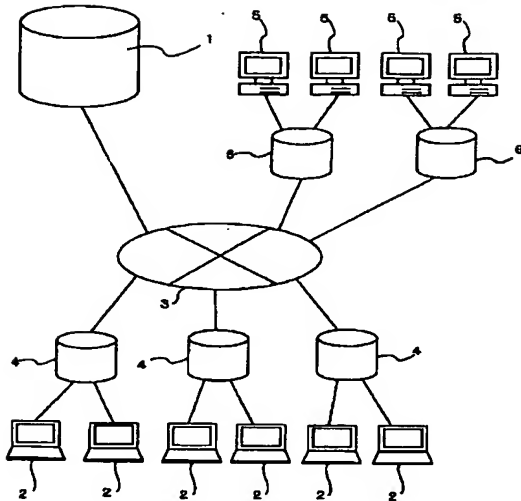
【図13】本発明の広告表示処理方法の実施の形態として、ユーザおよびホームページ管理者へのキャッシュバック処理の流れを示すフローチャートである。

【図14】本発明の広告表示処理システムの実施の形態として、クライアント端末に双方向通信可能なテレビ受像機を用いたシステムを示す図である。

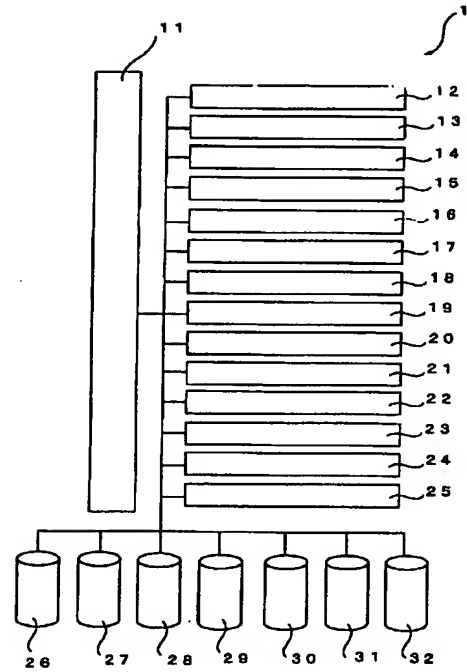
【符号の説明】

- | | |
|----|-------------------------------|
| 1 | サーバ（広告表示処理装置） |
| 2 | クライアント端末 |
| 3 | インターネット（通信回線） |
| 4 | プロバイダサーバ（格納手段となる） |
| 5 | 広告掲載主端末 |
| 6 | プロバイダサーバ（格納手段となる） |
| 13 | ユーザ判別部（ユーザ判別手段） |
| 14 | ユーザ登録部（ユーザ登録手段、属性情報受付手段） |
| 15 | 広告受付部（属性広告受付手段、広告受付手段） |
| 16 | 属性広告選出部（属性広告選出手段） |
| 17 | 広告表示部（属性広告表示手段、広告表示手段） |
| 18 | 閲覧実績記録部（閲覧実績記録手段） |
| 19 | 広告注目度検出部（広告注目度検出手段） |
| 20 | 非表示意思受付部（非表示意思受付手段） |
| 21 | サービス提供決定部（サービス提供決定手段） |
| 22 | 支払方法登録部（支払方法登録手段） |
| 23 | キャッシュバック処理部（キャッシュバック処理手段） |
| 24 | 第1キャッシュバック設定部（第1キャッシュバック設定手段） |
| 25 | 第2キャッシュバック設定部（第2キャッシュバック設定手段） |

【図1】



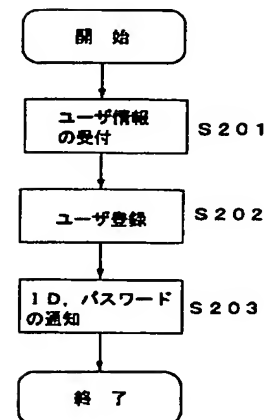
【図2】



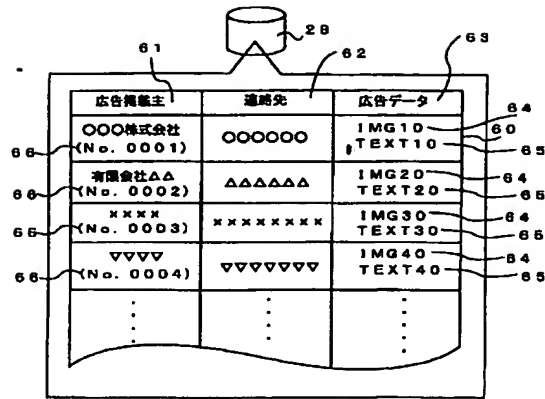
【図3】

Figure 3 is a form for user registration and login. The form is divided into two main sections: "ユーザー登録" (User Registration) and "ログイン" (Login). The "ユーザー登録" section includes fields for "会員ID" (Member ID), "パスワード" (Password), "性別" (Gender), "年齢" (Age), "住所" (Address), "電話番号" (Phone Number), "職業" (Occupation), "好きな食べ物" (Favorite Food), "趣味" (Hobby), "年次" (Year), "よく読む雑誌" (Magazine I read often), "インターネット利用回(年)" (Internet usage times per year), "よく見るサイト" (Website I visit often), and "白黒写真" (Black and white photo). The "ログイン" section includes fields for "会員ID" (Member ID) and "パスワード" (Password). The form also includes a "検索" (Search) button and a "登録" (Registration) button.

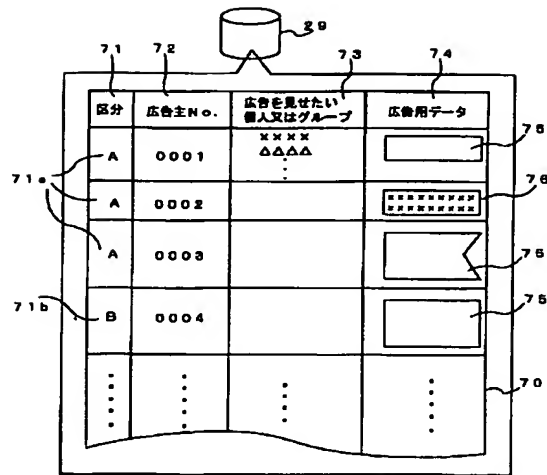
【図10】



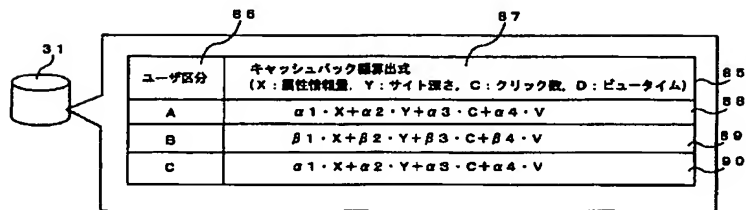
【図4】



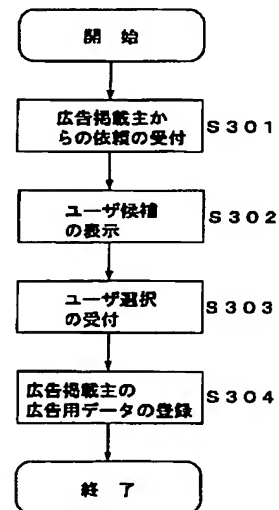
【図5】



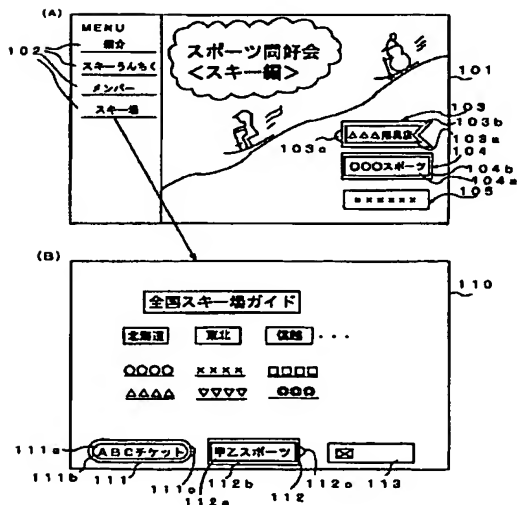
【図7】



【図11】



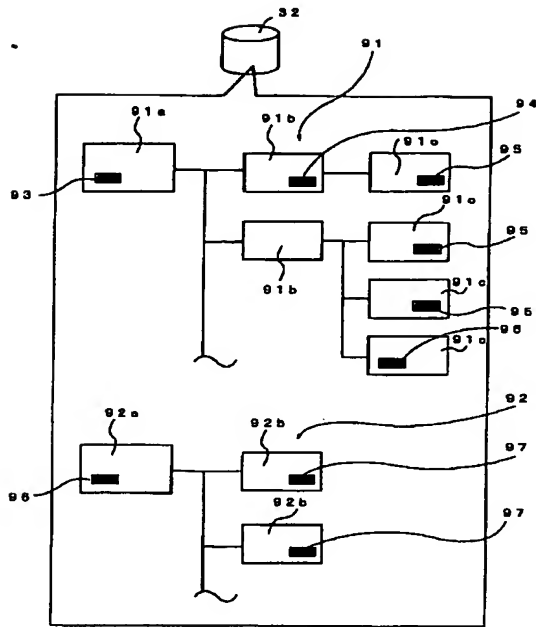
【図9】



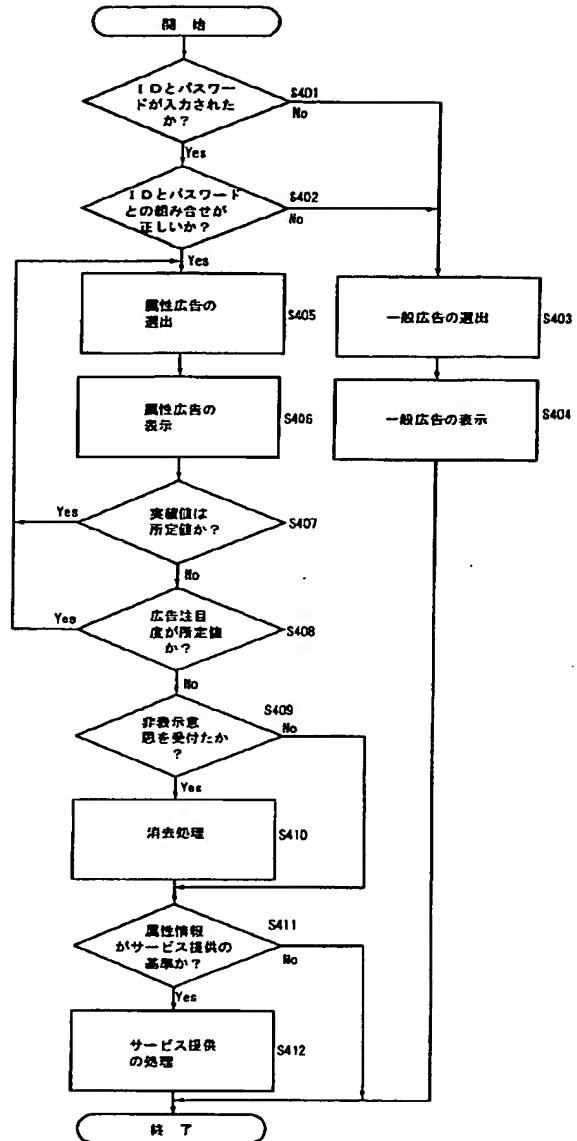
【図 6】

[illegible]

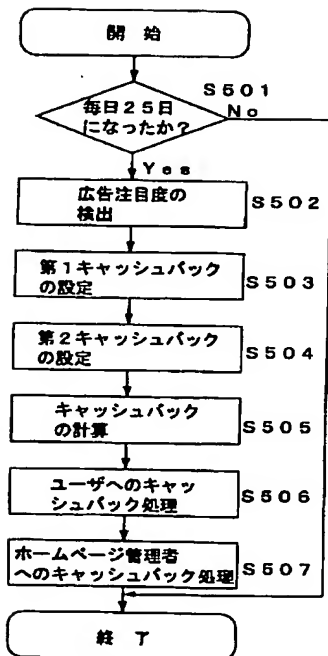
【図8】



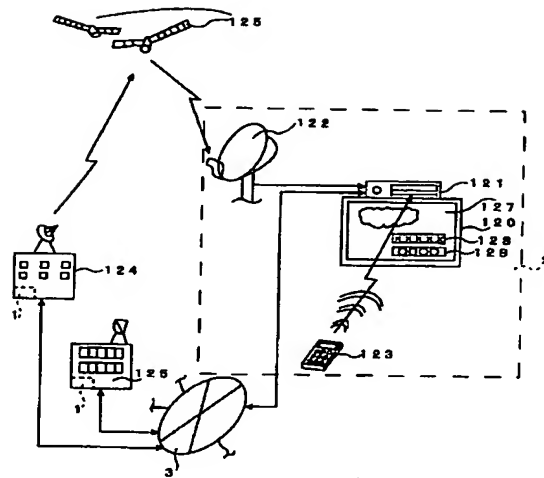
【図12】



【図13】



【図14】



フロントページの続き

(51)Int.Cl. ⁷	識別記号	FI	テマード(参考)
G 0 6 F 17/60	3 2 4	G 0 6 F 17/60	3 2 4
	3 2 6		3 2 6
	5 0 4		5 0 4